

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Transaksi *digital* saat ini sudah menjadi tren, seiring dengan perkembangan teknologi *digital* yang membawa perubahan perilaku masyarakat menjadi serba praktis dan serba *digital*. Teknologi *digital* menjadi salah satu sarana masyarakat yang tidak bisa terlepas. Penerapan teknologi di era modern ini sudah merata mulai dari sektor pendidikan, pertanian, perdagangan, kesehatan, budaya, dan sebagainya. Perkembangan teknologi yang semakin pesat salah satu solusi manusia menjalani kegiatan sosial secara efektif, salah satunya adalah transaksi *digital*. Dulu orang ingin membeli pulsa harus ke gerai penjual pulsa, sekarang perilaku konsumen sudah bergeser transaksi tidak lagi menuntut pertemuan langsung di gerai pulsa secara terdapat berbagai aplikasi yang bisa diakses secara efektif melalui telepon genggam. Teknologi *digital* sekarang menjadi faktor bergesernya perilaku konsumen.

Teknologi *digital* membuka berbagai inovasi secara luas, termasuk dalam transaksi penjualan muncul inovasi transaksi *digital* yaitu metode pembayaran yang tidak lagi menggunakan uang kartal. Sederhananya konsumen sudah bisa memiliki barang kebutuhan tanpa menggantinya dengan uang kartal. Metode pembayaran ini memanfaatkan jaringan internet dan sejumlah perangkat untuk mendapatkan benefit kepraktisan, efisiensi, kecepatan, dan kemudahan. Dibanding

cara manual, pembayaran secara *digital* akan membuat segala transaksi keuangan bisa dilakukan secara real time (Ramadhani, 2022). Transaksi *digital* terus berinovasi meningkatkan pelayanan kepada konsumen pengguna dengan berbagai penambahan fitur yang dapat mengintegrasikan dengan berbagai layanan kebutuhan. Penggunaan transaksi *digital* menjadikan keputusan konsumen lebih fleksibel, tidak hanya sebatas digunakan sebagai alat belanja online namun bisa lebih banyak manfaat, lebih efektif efisien dan mudah digunakan. Kebanyakan konsumen telah biasa bertransaksi menggunakan transaksi *digital*. di antara aplikasi transaksi *digital* yang sering digunakan adalah e – wallet seperti OVO, Dana, Shopeepay, LinkAja, Gopay dan layanan QRIS.

Hadirnya transaksi *digital* saat ini merupakan arah kebijakan yang ditetapkan bank Indonesia mulai tahun 2014 yaitu pencanangan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Kebijakan tersebut bertujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien dan lancar, yang pada gilirannya akan dapat mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien. Terwujudnya transaksi *digital* dengan sendirinya mengikis permasalahan transaksi secara tunai dan mampu meningkatkan kepraktisan dan efisiensi waktu transaksi di mana konsumen tidak perlu membawa uang tunai dan dapat dilakukan dimana saja. Dengan demikian, transaksi *digital* dapat meningkatkan efektivitas transaksi yaitu efisiensi waktu dan meminimalisir adanya kesalahan hitung atau human error. (BI, 2019)

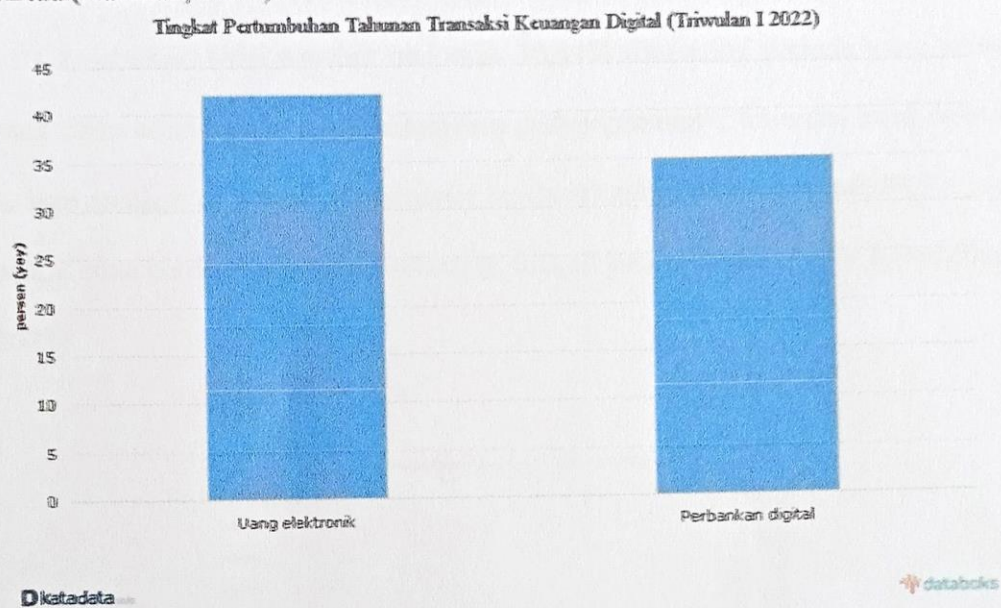
Sebelum berjalanya gerakan nasional non tunai Pemerintah juga sudah menyiapkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 82 Tahun 2012 tentang

Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dalam Layanan Keuangan *Digital* sebagai jaminan terciptanya masyarakat tanpa uang tunai. (Abidin, 2017). Upaya Pemerintah dalam mendorong pertumbuhan transaksi *digital* dilakukan dengan integrasi ekonomi dan keuangan *digital* melalui kebijakan dan program elektronifikasi yang mencakup Elektronifikasi Transaksi Pemerintah Daerah (Pemda), Elektronifikasi Bantuan Sosial, dan Elektronifikasi Transportasi. Program ini diharapkan akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan keuangan inklusif, kesehatan fiskal, dan efisiensi ekonomi.

Pandemi Covid-19 menjadi momentum pemicu berjalanya transaksi *digital* secara luas. Kegiatan masyarakat saat ini sudah terbiasa menggunakan transaksi *digital*, terutama dalam bisnis online. Perubahan perilaku masyarakat dalam pembayaran secara *digital* ini didasarkan pada kemudahan, inovasi, keamanan, kemanfaatan dan kenyamanan pengguna. Layanan *digital* menghapus rentang jarak pemisah menembus sekat-sekat wilayah dan waktu yang memungkinkan semua penggunanya bertransaksi di mana saja dan kapan saja. Seperti ditampilkan gambar 1.1.

Menurut data yang dikeluarkan Bank Indonesia dalam gambar 1.1 periode Januari – Maret 2022 transaksi keuangan *digital* dan perbankan *digital* mencatatkan pertumbuhan yang pesat, nilai transaksi uang elektronik tumbuh 42,06% (yoy) pada triwulan pertama 2022 dan perbankan *digital* juga mengalami pertumbuhan pesat, yaitu 34,9% (yoy) pada triwulan pertama 2022. Peningkatan pertumbuhan transaksi *digital* ditengarai karena adanya peningkatan akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring, perluasan dan kemudahan

sistem pembayaran *digital*, serta akselerasi *digital* banking. Data tersebut telah disampaikan oleh Gubernur BI Perry Warjiyo dalam konferensi pers virtual (Rahman, 2022).

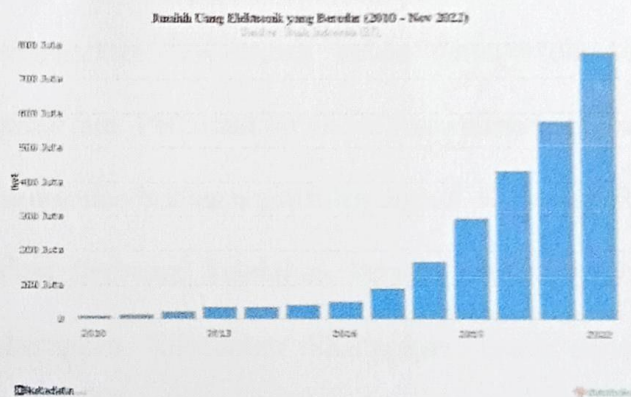


Sumber : Bank Indonesia

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Transaksi Keuangan Digital (triwulan I 2022)

Disamping itu peredaran uang *digital* mulai tahun 2010 sampai tahun 2022 juga diilustrasikan pertumbuhannya seperti dalam gambar 1.2. Data Pertumbuhan transaksi *digital* yang terjadi pada triwulan pertama tahun 2022. Bank Indonesia mengeluarkan data peredaran peningkatan uang *digital* di tengah masyarakat mulai dari tahun 2010 samapi tahun 2022. Data tersebut menunjukkan laju peningkatan peredaran uang *digital* meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2010 uang *digital* baru mencapai 7,9 juta unit perkembangannya jumlah tersebut telah melonjak lebih dari 9.000% hingga November 2022. Lebih lanjut Pengguna transaksi *digital* dapat diformulakan dengan data Badan Pusat Statistik (BPS)

jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,77 juta jiwa pada Juni 2022. Artinya, rata-rata setiap penduduk memiliki 2,8 unit uang *digital* pada tahun lalu. Nilai transaksi uang *digital* sepanjang periode Januari-November 2022 mencapai Rp 1,03 kuadriliun. Nilai tersebut melonjak 46,44% dibanding periode yang sama pada tahun sebelumnya. Berdasarkan cara penyimpanannya, transaksi uang *digital* terbagi menjadi dua; Pertama e-money berdasarkan chip sebanyak 89,09 juta unit. Kedua berdasarkan server sebanyak 683,47 juta unit (Viva Budy Kusnandar, 2023)



Sumber : Bank Indonesia

Gambar 1. 2 Grafik Peredaran Uang Digital

Layanan transaksi *digital* pada saat ini telah mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Meskipun prinsip layanan keuangan sejak dahulu sudah ada yang memanfaatkan kecanggihan teknologi, seperti Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kartu kredit dan lain sebagainya namun pada saat ini aktivitas transaksi *digital* terus berkembang. Transaksi *digital* di tengah masyarakat saat ini diklasifikasikan dalam 4(empat) jenis yakni: 1. E-Wallet (Go-Pay, OVO, DANA,

dll); 2. E-Money (BRI BRIZZI, BCA Flazz, BNI Tapcash, BTN Blink, Mandiri e-money); 3. Mobile Banking (BCA Mobile, Livin' by Mandiri, BRImo, BNI Mobile Banking) 4. Quick Response Code Indonesian Standard adalah gabungan dari beragam jenis QR yang berasal dari berbagai PJSP atau Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran dengan memanfaatkan QR Code.

Dunia pemasaran mempunyai dasar konsep yang muaranya adalah untuk memenuhi human needs dan wants. Definisi pemasaran seperti yang disampaikan Kotler (1997) bahwa: Pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pada saat ini dunia pemasaran telah berkembang cukup drastis seiring kemunculan berbagai platform *digital*. Kehadiran berbagai platform *digital* menawarkan berbagai kelebihan kepada konsumen dalam memenuhi butuhan yang diharapkan. Konsumen dihadapkan kepada alternatif keunggulan tambahan seperti kecanggihan, keamanan dan kecepatan dengan akurasi yang cukup baik.

Perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan sudah berubah dibandingkan sebelum era *digital* dan media social dikenal secara luas. Hubungan perilaku konsumen dengan suatu produk sebelum mengenal era teknologi dan media social sangat tergantung dengan pengalaman langsung dan sumber informasi yang terbatas, berbeda dengan saat ini, Perilaku konsumen di era *digital* telah mengalami transformasi yang signifikan. Kemajuan teknologi, terutama internet dan perangkat mobile, telah mengubah cara konsumen berinteraksi

dengan suatu merek, produk, dan layanan. Perilaku konsumen pada era *digital* ini menuntut adanya efektivitas dan kemudahan diberbagai aspek

Hasil penelitian(Akhnes Noviyanti, 2021) tentang Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantu menyatakan bahwa efektivitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan financial technology (fintech). Masyarakat sudah begitu memahami manfaat dan penggunaan fintech karena penggunaan fintech lebih efisien dan efektif dibandingkan jasa keuangan lainnya sehingga masyarakat termotivasi untuk menggunakan fintech. Saran sebagai rekomendasi yang dihasilkan dalam penelitian tersebut menyatakan Efektivitas juga perlu ditingkatkan, semakin efektif penggunaan produk financial technology (fintech) maka pengguna akan semakin berkeinginan untuk menggunakannya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Risla Hanifah & Mukhlis, n.d.) dengan judul pengaruh efektivitas, hedonis, kemanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa universitas negeri malang menggunakan layanan shopeepay: pendekatan technology acceptance model hasil penelitian menyatakan bahwa variabel efektivitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan layanan ShopeePay. Efektivitas dalam layanan ShopeePay menjadi pertimbangan pengguna dalam melakukan transaksi melalui ShopeePay. Pengguna ShopeePay merasa layanan ShopeePay mudah untuk dioperasikan sehingga mempermudah dalam penggunaan, responden merasa transaksi menjadi fleksible banyaknya fungsi yang ditawarkan dalam ShopeePay seperti transaksi

pembelian pulsa, pembayaran tagihan, pengguna lebih efektif karena hanya dengan ShopeePay dapat melakukan beberapa transaksi sekaligus. selain itu adanya fitur QR/Barcode pada ShopeePay yang menurut para responden mempercepat adanya proses transaksi sehingga dengan fitur yang tersedia pengguna merasa efektif dalam menggunakan ShopeePay.

Efektivitas dalam Kamus besar Bahasa Indonesia berasal dari kata efektif yang berarti sesuatu yang memiliki pengaruh atau akibat yang ditimbulkan, dan merupakan keberhasilan dari suatu usaha atau Tindakan(KBBI, n.d.-a). Dalam penelitian ini efektivitas yang dimaksud yaitu hasil yang didapat dari penggunaan teknologi dinilai lebih baik oleh konsumen pengguna. Nilai Efektivitas penggunaan aplikasi produk *Digital Payment* cukup terasa dari sisi proses transaksi yang dilakukan sangat fleksibel, dari sisi resiko kekhawatiran terjadinya kendala seperti masalah yang terjadi dalam transaksi menggunakan uang konvensional cukup minim terjadi. Dari sisi pengawasan transaksi yang dilakukan mudah terkontrol lebih mempersingkat waktu transaksi dan dapat dilakukan secara real time meskipun dalam jarak yang terpisah.

Risiko dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti akibat yang merugikan membahayakan dari satu perbuatan(KBBI, n.d.-b). Menurut Hanafi (2006:1), dalam (Muchlisin Riadi, 2017) risiko adalah bahaya, akibat atau konsekuensi yang dapat terjadi akibat sebuah proses yang sedang berlangsung atau kejadian yang akan datang. Diterangkan lebih lanjut oleh hanafi (2006:6) bahwa jenis resiko ada dua: 1. Risiko murni (*pure risk*) adalah ketidakpastian terjadinya suatu kerugian atau dengan kata lain hanya ada suatu peluang merugi

tanpa ada suatu peluang keuntungan. Risiko murni adalah suatu risiko yang bilamana terjadi akan memberikan kerugian dan apabila tidak terjadi maka tidak menimbulkan kerugian namun juga tidak menimbulkan keuntungan. Risiko ini akibatnya hanya ada dua macam: rugi atau break event. 2. Risiko spekulasi (*speculative risk*) adalah risiko yang berkaitan dengan terjadinya dua kemungkinan, yaitu peluang mengalami kerugian finansial atau memperoleh keuntungan. Risiko ini akibatnya ada tiga macam: rugi, untung atau break event, contohnya adalah investasi saham di bursa efek, membeli undian dan sebagainya.

Dalam konteks penelitian ini risiko merupakan suatu ketidakpastian yang dirasakan oleh pengguna yang dapat berakibat menimbulkan kerugian kepada penggunanya. Risiko awal yang dirasakan oleh pengguna adalah risiko kejahatan dunia maya (*cybercrime*). Kejahatan cyber dapat mengancam setiap transaksi yang dilakukan konsumen, keamanan data pribadi setiap pengguna juga tidak luput dari ancaman kejahatan cyber, kebocoran data pribadi dan penyalahgunaan data dapat merugikan pengguna secara materi ataupun non materi. Transaksi *digital* merupakan transaksi yang berbasis data dalam kegiatan yang dilakukan oleh pengguna, jika terjadi kebocoran data, pemalsuan data, penyalahgunaan data dan lain sebagainya maka akan menciderai kepercayaan antara pengguna dan pengembang dan sebaliknya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Minat mengandung arti kecederungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada dorongan yang ditimbulkan, baik dari dalam diri maupun dari luar untuk menyukai sesuatu. Minat dapat menjadi salah satu faktor penting dalam

mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan. Terdapat tiga batasan minat. Pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang terhadap objek tertentu secara selektif. Kedua, sesuatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Ketiga, sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu. Dengan demikian minat dapat disampaikan sebagai dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang tanpa adanya campurtangan dari orang lain. Dalam penelitian ini minat yang dimaksud adalah minat seseorang bertransaksi menggunakan *digital payment*.

Keputusan adalah mengambil satu pilihan dari banyaknya pilihan alternatif yang ada. Keputusan diambil dengan tujuan memecahkan suatu kebutuhan atau permasalahan. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI, n.d.-b) keputusan adalah sikap terakhir atau segala sesuatu yang berkaitan dengan putusan yang sudah dipertimbangkan, difikirkan dan sebagainya. Keputusan penggunaan suatu aplikasi menghadapkan kepada suatu tindakan, apakah konsumen akan menggunakan aplikasi tersebut atau tidak, selain itu keputusan penggunaan aplikasi menghadapkan pada perasaan senang atau kecewa dari konsumen atau seseorang yang muncul setelah membandingkan kegunaan maupun kualitas aplikasi dari apa yang dipikirkan dengan apa yang diharapkan. Keputusan penggunaan aplikasi merupakan bagian dari perilaku konsumen. Jumlah konsumen dalam menetapkan keputusan menggunakan aplikasi *digital payment* sebagai alternatif transaksi menjadi salah satu indikator penentu diterimanya berbagai kemanfaatan yang ditawarkan *digital payment* sebagai alternatif metode

pembayaran transaksi. Dalam penelitian ini keputusan yang dimaksud adalah keputusan seseorang dalam bertransaksi menggunakan *digital payment*.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Pasuruan. Masyarakat Kota Pasuruan yang akan dijadikan responden adalah masyarakat yang menetap di empat wilayah kecamatan, Gadingrejo, Panggungrejo, Purworejo dan Bugul Kidul dengan kriteria mempunyai aplikasi *digital payment* dan pernah menggunakan aplikasi tersebut. Alasan dijadikannya kota pasuruan sebagai lokasi penelitian dikarenakan adanya beberapa factor diantaranya, adanya sarana publik yang sudah menyiapkan transaksi *digital* seperti pembelian tiket komuter Surabaya-Pasuruan melalui aplikasi KAI Acces (Daniswari, 2022). Adanya komitmen Bank Jatim dalam membantu mewujudkan program Kota Madinah dengan *digitalisasi* (Jatim, n.d.) dan sudah adanya layanan transaksi melalui QRIS yang disediakan Pedang Pasar Besar Kebon Agung (Jawanto Arifin, 2021)

Berdasarkan permasalahan diatas maka akan dilakukan penelitian dengan judul, ” **Pengaruh Efektivitas Dan Resiko Terhadap Minat Dan Keputusan Menggunakan *Digital Payment* Dalam Transaksi Studi Pada Konsumen Pengguna Layanan *Digital Payment* di Kota Pasuruan**”. Dengan variabel independent (X) adalah Efektivitas (X1), Risiko (X2) dan variabel dependent Minat (Y1) dan Keputusan (Y2). Objek penelitian adalah konsumen pengguna layanan *digital payment* di Kota Pasuruan.

1.2. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah Efektivitas Berpengaruh Terhadap Minat Pengguna Layanan *Digital Payment* Di Kota Pasuruan?
2. Apakah Resiko Berpengaruh Terhadap Minat Pengguna Layanan *Digital Payment* Di Kota Pasuruan?
3. Apakah Efektivitas Berpengaruh Terhadap Keputusan Pengguna Layanan *Digital Payment* Di Kota Pasuruan?
4. Apakah Resiko Berpengaruh Terhadap Keputusan Pengguna Layanan *Digital Payment* Di Kota Pasuruan?
5. Apakah Minat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pengguna Layanan *Digital Payment* Di Kota Pasuruan?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui Dan Menjelaskan Pengaruh Efektivitas Terhadap Minat Pengguna Layanan *Digital Payment* Di Kota Pasuruan
2. Mengetahui Dan Menjelaskan Pengaruh Resiko Terhadap Minat Pengguna Layanan *Digital Payment* Di Kota Pasuruan
3. Mengetahui Dan Menjelaskan Pengaruh Efektivitas Terhadap Keputusan Pengguna Layanan *Digital Payment* Di Kota Pasuruan
4. Mengetahui Dan Menjelaskan Pengaruh Resiko Terhadap Keputusan Pengguna Layanan *Digital Payment* Di Kota Pasuruan

5. Mengetahui Dan Menjelaskan Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Pengguna Layanan *Digital Payment* Di Kota Pasuruan

1.4. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

1. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya dengan membandingkan hasil penelitian.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan pembaca mengenai Efektifitas, Resiko, Keputusan dan Minat Pengguna

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis, penelitian ini bermanfaat untuk mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.
2. Bagi Pengembang *digital payment*, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam membuat sistem layanan keuangan berbasis teknologi *digital* sesuai dengan kebutuhan Masyarakat dan Mahasiswa.